

2026-2031年中国包装广告行业发展潜力分析及投资战略规划咨询报告

报告简介

商品的包装是企业宣传产品、推销产品的重要策略之一。厂商在包装上印上简单的产品介绍，就成了包装广告。利用包装商品的纸、盒、罐子，介绍商品的内容，具有亲切感，它随着商品深入到消费者的家庭，而且广告费用可以计入包装费用之中，对企业来说，既方便又省钱。近几年，许多厂商干脆在商品的外包装

(如塑料提袋等)上加印自己生产或经营的主要商品，从而扩大了包装广告的作用。这种广告形式主客两宜，获得了普遍欢迎。包装首先是为了保护商品，

这是设计师要考虑的首要问题。但是包装发展到今天，其内涵越来越大，

形式越来越多元化。优良的包装有助于商品的陈列展销，

有利于消费者识别选购，激发消费者的购买欲望。因而包装设计也被称为“产品推销设计”。

随着包装广告行业竞争的不断加剧，大型企业间并购整合与资本运作日趋频繁，国内外优秀的包装广告企业愈来愈重视对行业市场的分析研究，特别是对当前市场环境和客户需求趋势变化的深入研究，以期提前占领市场，取得先发优势。正因为如此，一大批优秀品牌迅速崛起，逐渐成为行业中的翘楚。中道泰和利用多种独创的信息处理技术，对包装广告行业市场海量的数据进行采集、整理、加工、分析、传递，为客户提供一揽子信息解决方案和咨询服务，最大限度地降低客户投资风险与经营成本，把握投资机遇，提高企业竞争力。

本报告由中道泰和的资深专家和研究人员通过长期周密的市场调研，参考国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、行业协会、51行业报告网、全国及海外专业研究机构提供的大量权威资料，并对多位业内资深专家进行深入访谈的基础上，通过与国际同步的市场研究工具、理论和模型撰写而成。全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。让您全面、准确地把握整个包装广告行业的市场走向和发展趋势。

本报告专业!权威!报告根据包装广告行业的发展轨迹及多年的实践经验，对中国包装广告行业的内外部环境、行业发展现状、产业链发展状况、市场供需、竞争格局、标杆企业、发展趋势、机会风险、发展策略与投资建议等进行了分析，并重点分析了我国包装广告行业将面临的机遇与挑战，对包装广告行业未来的发展趋势及前景作出审慎分析与预测。是包装广告企业、学术科研单位、投资企业准确了解行业最新发展动态，把握市场机会，正确制定企业发展战略的必备参考工具，极具参考价值!

报告目录

第一章 包装广告行业发展概述

第一节 广告简介

- 一、广告的概念
- 二、广告的本质特点和要素
- 三、广告的分类和主要形式
- 四、广告媒体简介

第二节 包装广告

- 一、包装广告的概念
- 二、包装广告的划分
- 三、包装广告的主要功能
- 四、包装广告媒体
- 五、包装广告的特征

第二章 国外广告行业发展分析

第一节 世界广告行业发展概况

- 一、2021-2026年全球广告经营状况
- 二、2021-2026年世界广告业排名状况分析

三、2021-2026年世界广告业发展状况

第二节 2021-2026年世界广告业发展状况分析

一、2021-2026年世界广告业发展规模分析

二、2021-2026年世界广告业发展特点分析

三、2021-2026年世界广告发展存在的问题

四、2021-2026年世界广告企业竞争分析

第三节 全球广告市场分析

一、全球广告市场格局分析

二、2021-2026年戛纳广告节的开展情况

三、2021-2026年全球广告支出情况分析

四、2021-2026年全球包装广告开支额

五、2021-2026年对广告行业的冲击

六、2026-2031年中国对全球广告市场的贡献

第四节 2026-2031年世界广告业发展趋势分析

一、世界广告发展新趋势变化

二、包装广告发展前景分析

三、2021-2026年全球广告支出增长预测

四、2021-2026年全球广告预算情况

五、2026-2031年广告行业发展前景

第三章 世界包装广告业发展分析

第一节 2021-2026年世界包装广告业发展分析

一、2021-2026年美国包装广告业发展分析

二、2021-2026年日本包装广告业发展分析

三、2021-2026年俄罗斯包装广告业发展分析

第二节 2021-2026年世界包装广告市场需求分析

一、2021-2026年世界包装广告市场需求量分析

二、2021-2026年世界包装广告策划分析

三、2021-2026年国外企业进军中国市场情况

四、2021-2026年世界包装广告业竞争分析

第三节 2026-2031年世界包装广告市场发展趋势分析

第四章 我国广告行业发展现状

第一节 中国广告行业综合状况分析

一、中国本土广告业发展现状

二、中国广告产业在外资重压下发展

三、中国本土广告公司的swot分析

四、国家政策促进广告业发展

第二节 我国广告市场发展分析

一、2021-2026年中国广告发展现状

二、2021-2026年内地广告市场规模分析

三、2021-2026年中国广告市场价值分析

四、2021-2026年中国广告市场的投放额

五、2021-2026年广告行业人才供求情况

六、2021-2026年广告市场面临的挑战

第三节 我国广告市场规范情况

- 一、2021-2026年中国查处广告行业案件情况
- 二、2021-2026年广告业存在的主要问题探讨
- 三、2021-2026年中国广告行业新的自律规则
- 四、2021-2026年广告行业结盟维护创意版权

第五章 我国包装广告行业发展分析

第一节 中国包装广告行业概况

- 一、中国包装广告发展历程
- 二、中国包装广告的产品类别
- 三、中国的包装广告产业的整合分析
- 四、跨行业合作形势下包装广告的优势

第二节 中国包装广告市场发展现状

- 一、包装广告的投放特点
- 二、包装广告对用户消费的影响
- 三、包装广告发展形式分析
- 四、包装广告规范情况分析

第三节 包装广告市场空间分析

- 一、2021-2026年中国包装广告市场规模
- 二、2021-2026年酒类包装广告市场规模
- 三、2021-2026年包装广告市场规模预测

第四节 中国包装广告的相关政策分析

- 一、法律因素在包装广告发展中的作用
- 二、包装广告在高速发展中趋于健全规范

三、包装广告规范与发展的法律策略分析

第六章 中国包装广告受众及投放分析

第一节 包装广告的投放原因及特点

- 一、投放包装广告的原因
- 二、包装广告在广告媒体中的地位
- 三、包装广告接受度情况分析
- 四、制约包装广告发展的瓶颈

第二节 包装广告受众分析

- 一、受众接触包装广告的黄金时间
- 二、受众最感兴趣的广告形式
- 三、受众最感兴趣的广告内容

第三节 影响包装广告投放的要素分析

- 一、影响包装广告投放宏观因素分析
- 二、吸引受众的最重要的要素
- 三、消费热点决定记忆程度

第七章 包装广告效果影响因素分析

第一节 包装广告投放效果的影响因素

- 一、广告环境
- 二、广告创意
- 三、广告投放时机

第二节 体现广告价值的重要指标

- 一、发行量

二、到达率

三、目标受众特征

四、目标受众消费形态和生活形态

五、目标受众交叉重叠和千人成本

第三节 包装广告的投放

一、确定战略目标

二、选择户外媒体的因素

三、准确定位目标市场

四、确定理想发布数量

五、预测发布效果

六、监测投放效果

第四节 包装广告的配合策略

一、广告目的的配合

二、广告策略的配合

三、广告排期的配合

四、广告位置的配合

第五节 广告主媒体投放新趋势分析

一、经济形势好转带动投放热情

二、媒体选择更加注重投放效益

三、营销传播手段向终端和---倾斜

四、媒体组合策略强调精准化

五、行业广告投放与消费格局紧密联动

六、生活必需品行业投放平稳上升

七、高生活品质行业投放在低段位小幅爬升

八、广告投放更需敏锐且理性

第八章 中国包装广告市场竞争分析

第一节 2021-2026年中国各种广告形式市场竞争综合分析

一、2021-2026年包装广告与传统广告行业竞争分析

二、2021-2026年新媒体对包装广告的压力

三、2021-2026年中国广告业界软硬广告竞争分析

第二节 2021-2026年中国包装广告业竞争状况分析

一、2021-2026年中国包装广告品牌竞争分析

二、2021-2026年中国包装广告价格竞争分析

三、2021-2026年中国包装广告竞争战略分析

第九章 包装广告企业竞争策略分析

第一节 包装广告市场竞争策略分析

一、2021-2026年包装广告市场增长潜力分析

二、2021-2026年包装广告主要潜力品种分析

三、现有包装广告产品竞争策略分析

四、潜力包装广告品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 包装广告企业竞争策略分析

一、对包装广告行业竞争格局的影响

二、后包装广告行业竞争格局的变化

三、2026-2031年我国包装广告市场竞争趋势

四、2026-2031年包装广告行业竞争格局展望

五、2026-2031年包装广告行业竞争策略分析

六、2026-2031年包装广告企业竞争策略分析

第十章 包装广告重点企业竞争分析

第一节 北京共升传媒广告有限责任公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2021-2026年经营状况

四、2026-2031年发展战略

第二节 北京兴远时代广告设计分公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2021-2026年经营状况

四、2026-2031年发展战略

第三节 武汉至和彩印包装广告有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2021-2026年经营状况

四、2026-2031年发展战略

第四节 上海三人行包装策划有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2021-2026年经营状况

四、2026-2031年发展战略

第五节 ego意格品牌策划

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2021-2026年经营状况

四、2026-2031年发展战略

第六节 天津市广告公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2021-2026年经营状况

四、2026-2031年发展战略

第七节 北京正邦品牌设计公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2021-2026年经营状况

四、2026-2031年发展战略

第八节 深圳朗图企业形象设计有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2021-2026年经营状况

四、2026-2031年发展战略

第九节 北京早晨设计顾问有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2021-2026年经营状况

四、2026-2031年发展战略

第十节 深圳韩家英设计公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2021-2026年经营状况

四、2026-2031年发展战略

第十一章 包装广告行业发展趋势分析

第一节 中国广告行业发展趋势分析

一、中国广告业发展新动向

二、2021-2026年中国广告市场趋势解析

三、2026-2031年中国广告行业发展前景

四、2021-2026年中国对全球广告市场的推动

五、2021-2026年中国广告市场发展与新媒体趋势

第二节 中国包装广告市场趋势前景分析

第十二章 未来包装广告行业发展预测

第一节 2026-2031年国际包装广告市场预测

一、2026-2031年全球包装广告行业供给预测

二、2026-2031年全球包装广告市场需求前景

三、2026-2031年全球包装广告市场价格预测

第二节 2026-2031年国内包装广告市场预测

一、2026-2031年国内包装广告行业供给预测

二、2026-2031年国内包装广告行业规模预测

三、2026-2031年国内包装广告市场需求前景

四、2026-2031年国内包装广告市场价格预测

五、2026-2031年国内包装广告行业集中度预测

第十三章 包装广告行业投资现状分析

第一节 2021-2026年包装广告行业投资情况分析

一、2021-2026年总体投资及结构

二、2021-2026年投资规模情况

三、2021-2026年投资增速情况

四、2021-2026年分行业投资分析

五、2021-2026年分地区投资分析

六、2021-2026年外商投资情况

第十四章 包装广告行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

一、2021-2026年我国宏观经济运行情况

二、2026-2031年我国宏观经济形势分析

三、2026-2031年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2021-2026年包装广告行业政策环境

二、2021-2026年国内宏观政策对其影响

三、2021-2026年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2021-2026年社会环境发展分析

三、2026-2031年社会环境对行业的影响分析

第十五章 包装广告行业投资机会与风险

第一节 包装广告行业投资效益分析

一、2021-2026年包装广告行业投资状况分析

二、2021-2026年包装广告行业投资效益分析

三、2026-2031年包装广告行业投资趋势预测

四、2026-2031年包装广告行业的投资方向

五、投资建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响包装广告行业发展的主要因素

一、2026-2031年影响包装广告行业运行的有利因素分析

二、2026-2031年影响包装广告行业运行的稳定因素分析

三、2026-2031年影响包装广告行业运行的不利因素分析

四、2026-2031年我国包装广告行业发展面临的挑战分析

五、2026-2031年我国包装广告行业发展面临的机遇分析

第三节 包装广告行业投资风险及控制策略分析

- 一、2026-2031年包装广告行业市场风险及控制策略
- 二、2026-2031年包装广告行业政策风险及控制策略
- 三、2026-2031年包装广告行业经营风险及控制策略
- 四、2026-2031年包装广告行业技术风险及控制策略
- 五、2026-2031年包装广告同业竞争风险及控制策略
- 六、2026-2031年包装广告行业其他风险及控制策略

第十六章 包装广告行业投资战略研究

第一节 包装广告行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节 对我国包装广告品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、包装广告实施品牌战略的意义
- 三、包装广告企业品牌的现状分析
- 四、我国包装广告企业的品牌战略
- 五、包装广告品牌战略管理的策略

第三节 包装广告行业投资战略研究

一、2021-2026年广告行业投资战略

二、2021-2026年我国包装广告行业投资战略

三、2026-2031年包装广告行业投资战略

四、2026-2031年细分行业投资战略

图表目录

图表：2021-2026年全球四大广告集团市场份额

图表：全球主流媒体广告支出预测(报纸、杂志、电视、广播、电影、户外、互联网)

图表：2021-2026年间全球10大广告支出国的市场份额增长速度

图表：2021-2026年美国各类包装广告收入比例

图表：中国历年主要行业包装广告支出

图表：2021-2026年全球广告公司收入排名

图表：包装广告演变过程

图表：2021-2026年主流品牌关注比例波动幅度对比

图表：2021-2026年全球四大广告集团市场份额

图表：中国历年主要行业包装广告支出

图表：2021-2026年全球广告公司收入排名

图表：2021-2026年美国广告市场规模增长趋势图

图表：2026-2031年美国包装广告市场规模及预测

图表：2021-2026年日本主要媒体广告市场规模

图表：2021-2026年日本主要媒体广告市场规模变动情况

图表：2021-2026年日本包装广告市场规模及预测

图表：包装广告管理中存在的问题比重分析

图表：2021-2026年包装广告花费top10品牌

图表：北京各种广告形式营业额比重

图表：2021-2026年华视传媒集团有限公司广告营业额情况

图表：2021-2026年全球各地区广告经营额

图表：2021-2026年全球广告市场规模及增速

图表：2021-2026年中国广告媒体结构

图表：中国本土广告公司的swot分析

图表：2021-2026年各类型被访媒体实际广告收入增幅变化情况

图表：中国广告业演变的三个阶段的主要特征

图表：中国广告业结构关系

图表：中国广告业活动过程

图表：广告在品牌传播中对消费者的影响作用

图表：2021-2026年美国广告主及广告代理投放包装广告的主要原因

图表：2021-2026年美国包装广告及广告市场规模

图表：2021-2026年主要行业人才需求占总需求比例图

图表：2021-2026年中国大陆主要包装广告经营额及增长

图表：2021-2026年各类包装广告经营额同比增长率

图表：2021-2026年各类杂志广告经营额同比增长率

图表：2021-2026年中国报刊主要行业广告经营额同比增长

图表：2021-2026年全国报刊广告刊登额及增长率

图表：2021-2026年报纸杂志广告总量同比变化

图表：2021-2026年主要报刊、杂志广告份额

图表：2021-2026年主要类别报刊广告份额

图表：2021-2026年重点行业广告活跃度

图表：2021-2026年中国地铁移动电视市场规模

图表：包装广告与其他广告的优劣势比较

图表：受众接触广播与电视的时间习惯比较

图表：中国广播媒体的现状

图表：2021-2026年中国包装广告收入增长情况

图表：2021-2026年度中国交通广播广告创收排名表(71家会员单位)

图表：2021-2026年同期包装广告市场状况比较

图表：2021-2026年同期包装广告价值估算

图表：2021-2026年各月top100广告主市场价值估算

图表：2021-2026年各月top100户外媒体市场价值估算

图表：2021-2026年top10广告行业类型

图表：2021-2026年广告价值估算top10广告主推广项目数和创意数

图表：2021-2026年奥运会三个级别广告主户外投放状况

图表：2021-2026年中国品牌包装广告投放费用及增长率

图表：2021-2026年主要网站品牌广告投放费用

图表：2021-2026年中国包装广告主要厂商市场份额

图表：2021-2026年奥运会赞助商包装广告投放费用比例

图表：2021-2026年奥运赞助商包装广告投放费用分布

图表：2021-2026年房地产行业包装广告投放情况

图表：2021-2026年汽车行业包装广告投放情况

图表：2021-2026年韩国包装广告的发展

图表：2021-2026年我国移动广告不同类型收入比例

图表：用户对被动接受移动广告的态度

图表：全球移动广告收入构成比较

图表：2026-2031年全球移动广告收入发展预测

图表：搜索广告市场竞争

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：99042

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20180305/99042.shtml>

在线订购：[点击这里](#)